



Francotyp-Postalia Holding AG

Vorstandsrede

Hauptversammlung

7. Juni 2017

Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender

Thomas Grethe, Vorstand

Sven Meise, Vorstand

Es gilt das gesprochene Wort.

Einleitung „Start to ACT“

Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender

[Während Herr Günther zum Rednerpult geht, erklingt der Rundengong

Meine sehr geehrten Damen und Herren, Ring frei, zur ersten Runde!

Sie sehen, der FP-Vorstand ist mit seiner Mannschaft in den Ring getreten. Dieses Bild prägte FP 2016 und wird FP weiter prägen: Fitness, Schnelligkeit und Wendigkeit. Teamgeist, taktisches Handeln gepaart mit Fairness, Erfindungsgeist, Spaß am Erfolg und Leistungsbereitschaft. Wir treten aus der Deckung, um Sie, um unsere Kunden, unsere Mitarbeiter, unsere Partner zu begeistern.

Wir haben etwas zu bieten. Jetzt zeigen wir es auch!

In den letzten 12 Monaten wurde von uns viel auf den Weg gebracht und einiges davon auch schon erfolgreich umgesetzt.

We start to ACT!

Damit heiÙe ich Sie, meine Damen und Herren, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, unsere wichtigen Bankenvertreter, die Arbeitnehmervertreter, Partner und Freunde der FP herzlich auf unserer diesjährigen Hauptversammlung in Berlin willkommen!

Es freut uns sehr, dass Sie dieses Jahr so zahlreich erschienen sind und keine Mühen gescheut haben, aus allen Ecken Deutschlands nach Berlin zu kommen.

Genau vor einem Jahr, am 7. Juni 2016, habe ich vor Ihnen gestanden und Ihnen folgendes versprochen:

Die FP wird sich verändern.

Ich habe mein Versprechen gehalten! Was wir erreicht haben, wo wir stehen und wo wir hin wollen, darüber werden wir Ihnen ausführlich Bericht erstatten.

Bevor ich aber beginne erlauben Sie mir noch einen „spielerischen“ Hinweis:

Auf Ihren Plätzen liegen Briefumschläge aus. Darin finden Sie ein Zahlenspiel: Malen nach Zahlen. Sie kennen es vielleicht. Wenn Sie mögen, dann versuchen Sie doch mal, die Zahlen zu verbinden. Wer die Zahlen richtig verbunden hat, kann ein Wort lesen.

Ich werde Sie später bitten, dass Lösungswort laut auszurufen und dabei aufzustehen. Vielleicht sind Sie der glückliche Gewinner einer „Sonderdividende“.

1. Kapitel Rechenschaftsbericht – Was hat sich getan und wo stehen wir heute „Mystery Tales of FP“

Das Thema Frankiermaschinen, meine Damen und Herren, gehört nicht zu den Geschichten, mit denen wir - zumindest bisher – große Schlagzeilen geschrieben haben.

Folgende negative Nachrichten wurden wohl – vielleicht auch von Ihnen – eher erwartet:

Nachrichtensendung [eingespielt]:

Wir kommen zu den neuesten Unternehmensnachrichten.

Wie wir heute erfuhren, ist am 6. Juni die letzte Frankiermaschine abgemeldet worden. Tausende von Menschen begleiten in tiefer Betroffenheit den Trauerzug.

Kanzlerin Merkel äußerte sich am Rande einer Konferenz zu dieser bestürzenden Nachricht. Mit dem Niedergang der Frankiermaschine sei nun ein weiteres Opfer des Internetangriffs auf traditionelle Werte und Produkte zu bedauern.

Das letzte Kapitel einer über 95jährigen Geschichte ist geschrieben. Was vor fast 100 Jahren begann und große Erfolge feierte, gehört der Vergangenheit an.

Ab heute gehört die Zukunft nur noch Unternehmen, die mit der rasanten Entwicklung der Digitalisierung Schritt gehalten haben.

Nun, halten Sie dieses Szenario im Ernst für wahrscheinlich?

Wer hat uns gesagt, dass der Frankiermaschinenmarkt keine Zukunft hat? Wer hat uns eingeredet, wir könnten nicht mehr wachsen? Und wo ist denn nun das so oft heraufbeschworene Schreckgespenst der Digitalisierung?

Das sind die stets wiederholten Mythen, die sich in unseren Köpfen festgesetzt haben.

Meine Damen und Herren, es war so leicht, das hinzunehmen. Aber für uns – für FP – bestimmen diese Mythen ganz sicher nicht mehr die Zukunft. Denn die Zahlen sprechen für sich.

Apropos Zahlen: Haben Sie das Lösungswort gefunden?

Meine Damen und Herren: Auf „Los“ bitte ich Sie, aufzustehen und das Lösungswort laut auszurufen.

Achtung.... Los!

[....]

Meine Damen und Herren,

wir haben mit 203,0 Mio. Euro einen Umsatzplus von 6,2 Prozent realisiert und erstmalig die Grenze von 200 Mio. Euro überschritten! Im ersten Quartal 2017 konnten wir diesen Trend mit einem Umsatz von

55,5 Mio. Euro weiter fortsetzen, was einer Wachstumsrate von 8,1 Prozent entspricht. Dabei kommt das Umsatzwachstum nicht - wie vielleicht zu erwarten - nur aus unseren neuen Geschäftsfeldern, die sich nach wie vor sehr positiv entwickelt haben. Nein! Sie kommen auch - und das ist der Paradigmenwechsel - aus unserem Frankiermaschinengeschäft! Wir konnten im Frankiermaschinengeschäft das letzte Jahr mit einem Plus von 1,9 Prozent beenden, und dieses Wachstum mit einer Rate von 5,1 Prozent im ersten Quartal 2017 fortsetzen!

Auch das EBITDA - das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen - verbesserten wir um 1,6 Prozent und erreichten 27,2 Mio. Euro. Diese Wachstumsrate haben wir im ersten Quartal 2017 gehalten und das EBITDA trotz der ersten Belastungen aus ACT - gemäß unserer Guidance - um 1,7 Prozent leicht erhöht, was 8,3 Mio. Euro entspricht.. Damit haben wir zum Jahresende mit einem Plus von 66,5 Prozent einen Konzernjahresüberschuss von 6,2 Millionen Euro erreicht.

Auf zwei Punkte will ich an dieser Stelle noch kurz eingehen:

Zum einen das Thema Abschreibungen, zum anderen das Thema Investitionen.

Die Abschreibungen erhöhten sich im Geschäftsjahr 2016 bereinigt um Sondereffekte wie erwartet leicht. Grund hierfür waren im Wesentlichen die höheren Abschreibungen auf Mietmaschinen sowie auf Software und Kundenlisten. Gleichzeitig haben wir 2016 mit der Entwicklung der PostBase One und PostBase 100 die PostBase-Familie komplettiert und damit die langjährige Modernisierung des Produktportfolios im Frankiergeschäft abgeschlossen. In der Folge gehen wir für 2017 von steigenden

Abschreibungen aus. Der im Zwischenabschluss für das erste Quartal 2017 bereits sichtbare Trend wird uns aufgrund der geplanten Investitionen im Rahmen der ACT-Strategie auch noch weiter begleiten. Aus heutiger Sicht erwarten wir, dass das Verhältnis von Abschreibungen zum Umsatz ab 2018 langsam zu sinken beginnt.

Mit ACT machen wir FP fit für die Zukunft und wollen mit den Maßnahmen die Schlagkraft und die Profitabilität unseres Unternehmens erhöhen. Das erfordert weiterhin Investitionen. Diese werden wie geplant das Ergebnis belasten.

Sehr erfreulich hat sich auch unser Free Cashflow, das heißt der Saldo von Mittelzufluss aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit und dem Mittelabfluss der Investitionstätigkeit, entwickelt.

Waren wir 2015 noch mit 1,4 Mio. Euro im Minus, so haben wir 2016 die Trendwende geschafft und einen Free Cashflow von 4,6 Mio. Euro erwirtschaftet. Bestandteil der Investitionen 2016 war der Erwerb der Minderheitenanteile an der IAB. Des Weiteren setzten wir im Jahr 2016 verstärkt Finanzierungsleasing zur Vertriebsunterstützung und Kundenbindung ein. Bereinigt um die Investitionen in Finance Lease Assets und Minderheitenanteile IAB erhöhte sich der Free Cashflow in 2016 sogar auf 9,5 Mio. Euro.

Chancenlosigkeit und Absterben eines Geschäftsmodells, meine Damen und Herren, sehen anders aus!

Das ist ein Applaus für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wert. Vielen Dank, an unser tolles FP-Team!

Wir stehen erst am Anfang, sehr geehrte Damen und Herren! Dass wir mit unserer Strategie auf dem richtigen Weg sind, belegt ein Blick auf unseren Wettbewerb. Während wir im letzten Jahr um 6 Prozent im Gesamtgeschäft und 2 Prozent im Frankiermaschinengeschäft gewachsen sind, fällt der Wettbewerb zurück: minus 3 Prozent bzw. minus 5 Prozent 2016 im Gesamtgeschäft bzw. minus 6 und minus 7 Prozent im Frankiermaschinengeschäft. Dieser Trend hat sich im ersten Quartal weiter fortgesetzt. Für uns ein Plus von 8 bzw. 5 Prozent. Für den Wettbewerb nur ein leichtes Plus von 1 Prozent bzw. ein Minus von 1 Prozent respektive im Frankiermaschinenbereich ein Minus von 4 Prozent bzw. 6 Prozent.

Das sind nicht nur kleine Kurskorrekturen! Das sind diametral gegeneinander laufende Entwicklungen! Gibt es eine schönere Bestätigung für unsere Arbeitshypothese?

Insofern sieht die Meldung zur FP doch in Wirklichkeit wie folgt aus:

Nachrichtensendung [eingespielt]:

Neuste Marktmeldungen:

Entgegen bisheriger Ansichten ist ein Ende des Frankiermaschinenmarktes nicht abzusehen. Neuesten Trendnachrichten zufolge wächst das für kleine Frankiersysteme relevante A-Segment um 3,4 Prozent pro Jahr.

Dabei schätzen Marktbeobachter, dass sich insbesondere Unternehmen durchsetzen werden, die sich mit ihrem Produktportfolio auf das kleine bis mittlere Briefvolumen konzentrieren. Zugleich ist bei der digitalen Transformation von Unternehmen eine deutliche Verlangsamung festzustellen.

Rüdiger Andreas Günther in einem Interview von Börsenradio Networks im November 2016 [<https://www.brn-ag.de/brnplayer.php?bid=31630>]

2. Kapitel Strategie „Das Alte ist das Neue“ Perspektivenwechsel

Meine Damen und Herren, die Zukunft der FP liegt vor uns!

Der Brief lebt, so titelt das Handelsblatt mit Bezug auf die neue Strategie am 17. November 2016.

Es liegt aber noch ein gutes Stück Arbeit vor uns, die erst einmal erledigt werden muss. Noch stehen wir am Anfang und müssen die richtige Perspektive einnehmen. Das heißt: Das Alte ist das Neue! Diese Aussage habe ich letztes Jahr gemacht und sie hat nichts an Bedeutung eingebüßt.

Nehmen wir zum Beispiel den Bericht des Vorstands. Ein altes Recht, auf das Sie als Aktionäre einen Anspruch haben. Aber wer sagt, dass wir diesen Bericht wie immer und wie alle anderen gestalten müssen? Anstatt nur über das Vergangene Rechenschaft abzulegen, was wir ohnehin regelmäßig mit Ihnen im direkten Austausch tun, kommt es doch gerade in der Hauptversammlung darauf an, Ihnen die Zukunftsperspektiven der FP aufzuzeigen, an der Sie schließlich beteiligt sind.

Insofern folgen wir da gerne dem ehemaligen amerikanischen Präsidenten John F. Kennedy, der einst gesagt hat:

„Veränderung ist das Gesetz des Lebens. Und jene, die immer nur in die Vergangenheit oder Gegenwart blicken, werden ganz sicher die Zukunft verpassen.“

Wir kennen die Zukunft der FP nicht im Detail. Wir sind keine Wahrsager. Aber wir bleiben mit Ihnen im Gespräch. Versuchen gemeinsam mit Ihnen Möglichkeiten für die FP auszuloten und Sie auf dem Laufenden zu halten.

In den letzten Monaten haben wir die Investor Relations-Tätigkeiten deutlich erhöht. Parallel stehen wir mit Banken für neues Research im Gespräch und haben neu die LBBW dazu gewonnen. Auch sind in den letzten Wochen weitere Presseartikel über FP veröffentlicht worden!

Wir sind auf dem richtigen Weg, auch wenn wir noch nicht alle Fragen beantworten können. Insofern haben wir uns 2016 nicht nur eine neue Strategie gegeben, sondern gleichzeitig eine klare Handlungsanweisung:

ACT!

Das steht für

A wie Attack: Im Kerngeschäft mit Frankiersystemen attackieren, heißt die Kundenbasis zu erweitern und die Marktanteile zu erhöhen.

C wie Customer Journey: Wir entwickeln neue Lösungen und Services für unsere bestehenden und neuen Kunden und begleiten sie auf ihrer Reise zu neuen Kommunikations-möglichkeiten.

T wie Transform: Wir werden auf Basis unserer DNA digitale Geschäftssegmente entwickeln und dabei nicht nur in neue Bereiche vordringen, sondern auch uns selbst verändern.

Mit ACT wird FP zu einem Wachstumsunternehmen!

Dabei bleiben wir, wie man so schön sagt, immer schön auf dem Teppich!

Das Alte ist das Neue!

Der Frankiermaschinenmarkt hat keine Zukunft mehr? Irrtum! Diese Annahme verweisen wir als erste in das Reich der Mythen. Wir haben mit unserer Produktfamilie PostBase ein neues und sehr erfolgreiches Produktportfolio. Bei den klein- und mittelständischen Unternehmen kennen wir uns aus. Wir haben über 200.000 Kunden weltweit, eine Basis, die sich sehen lassen kann und ausbaufähig ist.

Als ich bei FP angefangen habe, hieß es noch: Wir haben doch schon 10 Prozent des Marktanteils, da werden wir nicht mehr wachsen können. Das ist Mythos Nr. 2! Jetzt heißt es nämlich: Wir können uns noch 90 Prozent des Marktes holen. Der gleiche Sachverhalt, neu bewertet!

Auch die vermeintlich rasende Digitalisierung lässt – wie wir feststellen – immer noch auf sich warten. In manchen Bereichen, etwa im Handel oder im Bankensektor, mag diese Angst begründet sein. Für uns, sehen wir diesen Trend noch nicht. Trotzdem sind wir natürlich darauf vorbereitet. Wir sind nicht blauäugig: Die Digitalisierung ist nicht aufzuhalten, warum auch! Aber sie hat ihren Schrecken verloren.

Ich stehe in regelmäßigem Austausch mit Journalisten. Kurz nach unserer Quartalsberichterstattung hatte ich ein sehr interessantes Gespräch: Wurden unsere Aussagen zum Brief und seiner Entwicklung

bislang immer von großer Skepsis überschattet, äußerte sich mein Gesprächspartner ganz anders und fand unsere Annahmen durchaus plausibel. Er machte dies am stetig wachsenden Papierverbrauch fest.

Ich habe es einmal recherchieren lassen:

Gemäß einer Studie des WWF wurden im Jahr 1970 rund um den Globus etwa 130 Millionen Tonnen Papier produziert. 45 Jahre später sind es 440 Millionen Tonnen Papier! Das ist mehr als das Dreifache! Dazu passt die Zahl der nach wie vor versendeten Briefe von über 300 Milliarden weltweit. Davon 150 Milliarden allein in den USA. Was heißt das für uns?

Die alte Perspektive: „Die Digitalisierung kommt über Nacht und fordert zügig ihren Tribut“ kann getrost beiseitegelegt werden. Mythos Nr. 3.

Die neue Perspektive: Die Digitalisierung kommt. Ja, natürlich. Aber sie kommt eben nicht über Nacht. Der Kunde geht nur langsam auf diese Reise. Zeitmangel, blockierende Sicherheitsanforderungen, festgefahrene Strukturen und Prozesse sind starke Hemmnisse der Transformation.

Hier heißt es, eine intelligente Anpassungsform zu finden. Das gilt auch für unsere Kunden, die wir auf diesem Weg begleiten. Das gilt aber ebenso für uns. Und da halte ich mich an Charles Darwins kluge Worte:

„Nicht die Stärksten oder Größten werden überleben, sondern jene, die sich Veränderungen gegenüber am besten anpassen können.“

Wir haben uns im Zuge der Strategie-Entwicklung sehr viele Gedanken gemacht, wie wir uns in diesem Sinne am besten anpassen können, wie wir uns auf unsere Stärken besinnen können.

Dabei sind über 20 ACT Projektideen entstanden, die wir in einem straffen Programmmanagement führen. Manche Ideen sind noch in einer Testphase, andere haben schon deutlich an Fahrt aufgenommen.

Meine Kollegen Thomas Grethe und Sven Meise werden Ihnen jetzt einige dieser Projekte und Projektideen erläutern.

3. Kapitel „Was heißt das nun konkret?“

Thomas Grethe, Vorstand der Francotyp-Postalia Holding AG

Einen schönen guten Morgen, meine sehr geehrten Damen und Herren, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Zunächst auch von mir ein herzliches Willkommen zu unserer Hauptversammlung.

Die Frankiermaschine von früher und die Frankiersysteme von heute erfüllen immer noch die gleiche Aufgabe. Sie drucken Geld auf Briefumschläge. Aber sie tun es inzwischen ganz anders.

FP verfügt heute über innovative Produkte und eine stabile, wachsende Kundenbasis. Der anhaltende Erfolg unserer PostBase-Systeme insbesondere auch der Erfolg der neuen PostBase One und PostBase 100 mit dynamischer Waage, mit denen wir das Produktportfolio im mittleren Marktsegment abgerundet haben, zeigt: Kunden sehen nach wie vor den

Nutzen von Frankiersystemen und wollen auf die damit verbundenen Vorteile nicht verzichten.

Unsere neuen Frankiersysteme verfügen über mehrere Mitbewerbsvorteile:

1. hohe Benutzerfreundlichkeit durch innovatives Design, ein Ergebnis aus fast 100 Jahren Markterfahrung,
2. Zukunftssicherheit durch höchste Konnektivität,
3. Kundenorientierung durch besondere Servicefreundlichkeit.

Wenn Sie mögen, dann lassen Sie sich die neuen Systeme einmal vorführen. Wir haben Sie im Foyer für Sie aufgebaut.

Gefragt sind insbesondere kleinere Systeme für den Office-Bereich. Das ist unsere Stärke. Darauf haben wir uns konzentriert und viel Geld investiert. Was spricht also dagegen, dass wir hier weiterhin erfolgreich sind? Nichts!

Im letzten Jahr habe ich Ihnen vom Start unserer Vertriebsaktivitäten in der Schweiz erzählt. In der letzten Woche haben wir nach nur 1,5 Jahren die 1.000ste PostBase in der Schweiz installiert. Eine installierte Basis von 1.000 Systemen entspricht einem Marktanteil von ca. 3 Prozent.

Ein toller Erfolg, der uns dazu ermutigt hat, weitere Systeme für die Schweiz zertifizieren zu lassen und weiter Gas zu geben.

Auch habe ich Ihnen von der Zulassung der PostBase in Japan berichtet. Wir sind dabei, mit der PostBase den japanischen Markt für FP zu er-

obern. Unser Händler in Japan hat seinen Vertrieb mit Fachverkäufern des Mitbewerbs verstärkt und freut sich auf die Einführung der PostBase Mini, um sein Angebot abzurunden.

In Großbritannien haben wir den Kundenstamm eines Franchise-Nehmers zurückgekauft, der sich zur Ruhe setzen wollte, und mit unserem starken Telesales-Team deutlich weiterentwickelt und den Umsatz mehr als verdoppelt.

Wir werden aber unsere Kundenbasis vor allem in den für uns wichtigen Märkten USA und Frankreich weiter ausbauen – ohne natürlich die übrigen Länder zu vernachlässigen. Die USA und Frankreich sind für uns Märkte mit einer hohen Attraktivität und großem Potenzial. 60 Prozent der weltweit installierten Basis von Frankiersystemen finden Sie in diesen beiden Ländern, zusammen rund 1,2 Mio. Maschinen. Hier hat FP nur einen kleinen Marktanteil von rund 70.000 Maschinen und damit eine gute Chance, den anderen Mitbewerbern Anteile abzunehmen und zu wachsen. Dafür bauen wir den Vertrieb weiter aus, in dem wir unsere Telesales-Teams verstärken und zusätzliche Fachhändler des Mitbewerbs für FP gewinnen.

Herr Günther und ich haben im Februar dieses Jahres an unserem großen Dealer Summit in den USA teilgenommen. Solche Veranstaltungen sind uns wichtig, damit wir kontinuierlich den direkten Kontakt zu unseren Vertriebspartnern haben und wissen, was sie bewegt, wo sie Chancen, wo sie Risiken sehen. Sie berichten uns, wie unsere Systeme im Markt ankommen. Nur weil wir diesen Kontakt pflegen, werden wir weiter den hohen Qualitätsstandard halten und die Vorteile, die wir uns

in den letzten Jahren gegenüber dem Wettbewerb erarbeitet haben, ausbauen.

Über 75 Fachhändler aus fast allen US Staaten sind nach Chicago gekommen, um unsere Produkte, unsere Strategie und unsere Mitarbeiter kennenzulernen. Ihre Kommentare zu FP sprechen für sich.

[Film Ausschnitte]

Sie haben es gehört: Martin Klaghoz, Eigentümer von Key Business Solutions hat mit allen Frankiermaschinenherstellern gearbeitet. Und er bestätigt, das FP – in seinen Augen (und im Vergleich zum Wettbewerb) bei weitem den besten Support und den besten Kundenservice bietet.

Und für Eric Judson, Eigentümer von Innovative Office Solutions sind es sehr spannende Zeiten mit FP. Er fühlt sich als Teil eines Unternehmens, das trotz des schwierigen Marktumfelds und der Digitalisierung wächst. Judson sieht die klare Zukunftsperspektive, die wir mit unserer Strategie liefern. Das motiviert alle Händler.

Kurz gesagt: FP bietet seinen Vertriebspartnern attraktive Produkte, einen schnellen, flexiblen und aktiven Support im Tagesgeschäft und mit der neuen Strategie ACT eine langfristige Wachstumsperspektive.

In Deutschland ist FP bereits eine starke Marke. Das reicht uns aber nicht. Wir wollen auch weltweit eine starke Marke werden und unsere Sichtbarkeit deutlich erhöhen. Dazu zählen ein weltweit einheitliches Erscheinungsbild und eine klare Positionierung, mit der wir uns eindeutig vom Wettbewerb abgrenzen. Mit der Umstellung unseres Internet-Auftrit-

tes haben wir im letzten Jahr bereits den ersten Schritt vollzogen, ein ganzes Bündel von weiteren Maßnahmen befindet sich zudem in Planung. Dazu zählen beispielsweise weitere Online-Marketing Aktivitäten, Verstärkung der Pressearbeit, Vertriebsunterstützung. Das sind Punkte, die bei verschiedenen Gelegenheiten auch von Ihrer Seite angesprochen wurden und die wir selbstverständlich sehr ernst nehmen. Gerade auch im Zusammenhang mit der neuen Wachstumsstrategie ACT. Denn wir haben viel vor!

Gleichzeitig verstärken und verbessern wir unsere weltweiten Vertriebsaktivitäten auch durch ein ausgeklügeltes Konzept zur Leadgenerierung. Und schließlich erweitern wir das Lösungsangebot für unsere Kunden, z. B. mit Paketversandlösungen, Finanzierungsmodellen und einem neuen Kunden-Webportal, das den Zugang zu den digitalen Lösungen der FP Welt bieten wird.

Dies alles geschieht nur aus einem Grund: Kundenzufriedenheit genügt uns nicht. Wir wollen und können den Kunden begeistern. Wenn wir uns hier auf unsere Stärken besinnen, dann werden wir weiterhin erfolgreich sein. Das wird nicht immer reibungslos von statten gehen. Wir müssen damit rechnen, dass der Wettbewerb sich möglicherweise rührt, wir müssen auch unsere Kolleginnen und Kollegen auf den neuen Pfad führen. Aber wir stellen uns neu auf und sehen und nutzen unsere Chancen.

Umso wichtiger ist es, den Kunden auf seinem Weg zu begleiten. Unser Kunde hat nach wie vor Geschäftspost - Briefe, Aufträge, Rechnungen. Daran hat sich nichts geändert. Aber er hat inzwischen viele Möglichkeiten diese Dokumente zu versenden.

An dieser Stelle freue ich mich, dazu das Wort an meinen werten Kollegen Sven Meise weiter zu geben.

Sven Meise, Vorstand der Francotyp-Postalia Holding AG

Ein herzliches Willkommen und guten Morgen, sehr geehrte Damen und Herren!

Sie haben es gehört: Die Digitalisierung kommt nicht über Nacht, aber sie kommt.

Das gibt uns Zeit, die wir intelligent nutzen können. Unsere Stärken liegen dabei nicht nur auf Seiten der Frankiersysteme. Sie liegen auch im Bereich der ergänzenden Softwarelösungen und Dienstleistungen, mit denen wir insbesondere im letzten Jahr sehr erfolgreich unterwegs waren.

2016 konnten wir im Bereich Mail Services den Umsatz um fast 17 Prozent erhöhen. Dabei hat uns sicherlich die Portoerhöhung durch die Deutsche Post geholfen, wir haben aber vor allem auch das operative Geschäft verbessert. Wir konnten Großkunden – u. a. einen namhaften DAX-Konzern, aber auch Bundesbehörden - dazugewinnen. Neben dem klassischen Konsolidierungsservice haben wir bei der freesort unseren Frankierservice deutlich ausgebaut. Hierbei holen wir nichtfrankierte Briefsendungen ab, frankieren diese nach Vorgabe der Kunden, sortieren nach Postleitzahlen und liefern sie bei der Deutschen Post zur Zustellung auf. Insgesamt haben wir im letzten Jahr bei der freesort mehr als 200 Millionen Sendungen verarbeitet. Ein Rekord!

Wenn wir von ACT sprechen, dann sehen wir die Gewinnung von Kunden aber natürlich auch unter einem anderen Aspekt. Welche zusätzlichen Dienstleistungen können wir unseren Kunden anbieten, wie können

wir unsere Kunden noch mehr begeistern und dem Wettbewerb einen Schritt voraus sein?

Ein wichtiger Aspekt der Strategie ist der Ausbau der bundesweit verteilten Sortierzentren zu sogenannten „Digitalisierungs-Hubs“. Zu diesem Zweck haben wir die ersten der acht bundesweiten freesort Standorte nach dem TR-Resiscan-Standard zertifiziert und können nun - ganz wie es unserer Unternehmenspolitik entspricht - unsere digitalen Dienstleistungen angelehnt an den Standard des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik anbieten.

Ein ganz klares Alleinstellungsmerkmal. Herr Günther hatte es erwähnt. IT-Sicherheitsfragen und Datenschutz stehen bei unseren Kunden hoch im Kurs und verhindern zurzeit eher die digitale Transformation, als sie zu fördern. Insofern sorgt alles, was am Ende unseren Kunden ein Gefühl der Verlässlichkeit und Sicherheit gibt, für eine starke Marktposition der FP.

Der Aufbau der Digitalisierungs-Hubs erfolgt in enger Zusammenarbeit mit unserer Tochtergesellschaft IAB. Seit letztem Jahr ist die IAB nun endlich eine 100prozentige Tochtergesellschaft des FP-Konzerns. Das gibt uns den nötigen Spielraum, die strategische Weiterentwicklung der neuen Geschäftsfelder entlang der Customer Journey und schließlich auch der digitalen Transformation voranzutreiben. Wir sind dabei die Business Process Outsourcing Services der FP weiter zu professionalisieren. Das heißt konkret: Wir investieren in die Modernisierung unseres Produktionsequipments sowohl im Druck- und im Scanbereich als auch in unsere IT-Infrastruktur.

Für uns zählt die unmittelbare Nähe zum Kunden. Es hat wenig Sinn, Softwarelösungen und Services unabhängig vom Kundenbedürfnis zu entwickeln. Ein gutes Beispiel für kundenfokussierte Produktentwicklung ist unsere neue cloudbasierte Signaturlösung FP-Sign.

Sie kennen es alle: Wenn Sie einen Vertrag verhandeln, dann haben sie die Daten dazu in der Regel digital vorliegen und tauschen diese dann über E-Mail aus. Ab dem Zeitpunkt, an dem der Vertrag unterschriftsreif ist, kommt es zumeist zum klassischen Medienbruch: Der Vertrag wird ausgedruckt und per Post in aller Herren Länder versandt. Kurz gesagt: Vertragsunterzeichnungen kosten Zeit und damit Geld.

Mit FP-Sign können Verträge oder andere zeichnungspflichtige Dokumente einfach elektronisch signiert werden. Das Dokument wird auf unsere Cloud-Plattform verschoben und kann dort wiederum von allen anderen Vertragsparteien schnell, sicher, digital und rechtsverbindlich gegengezeichnet werden. Mit FP-Sign bedienen wir also mehrere entscheidende Faktoren:

1. Wir unterstützen einen über die Unternehmensgrenzen hinweg mehrstufigen Workflow, komplett medienbruchfrei.
2. Die Bearbeitung kann auf allen Endgeräten - PC, Tablets, Smartphones - von überall auf der Welt ohne Zeitverzug erfolgen.
3. Der aktuelle Status der Unterzeichnung ist für die beteiligten Parteien transparent und kann jederzeit überwacht und nachgehalten werden

4. Alle gängigen Identifikationsmöglichkeiten können eingebunden werden.
5. Die Technologie basiert auf deutschen und europäischen Standards und wird sicher über deutsche Rechenzentren abgewickelt.

Im Rahmen der Strategiepräsentation im November 2016 hatte ich Ihnen zugesagt, dass wir FP-Sign bis zum März 2017 in der ersten Version entwickelt haben. Pünktlich zur CeBIT 2017 ist FP-Sign an den Start gegangen. Erste Kunden konnten wir schon gewinnen und wir sind mit vielen weiteren Kunden, vor allem aus dem Bereich des Personalmanagements und der Finanzdienstleistungen, im Gespräch. Wir stehen aber noch ganz am Anfang. Und bitte, verstehen Sie es richtig: FP-Sign ist eine von vielen Lösungen, die wir gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln. Weitere werden folgen.

Wenn Sie auf FP Sign neugierig geworden sind, dann probieren Sie es doch selbst einmal aus und registrieren sich kostenfrei für einen Testaccount [www.fp-sign.com]. Des Weiteren stehen unsere Kollegen im Foyer für Sie zur näheren Erläuterung zur Verfügung.

Damit komme ich zum Schluss auf ein weiteres sehr spannendes Thema, das wir uns mit ACT auf die Fahne geschrieben haben: die digitale Transformation. Ein großes Wort und inzwischen in aller Munde. Was hat die digitale Transformation mit FP zu tun? Sehr viel.

Wie von Herrn Grethe schon erwähnt, ist ein Frankiersystem kein simples Drucksystem. In einem Frankiersystem vereinen sich Technologien, die im Zusammenhang mit der digitalen Transformation oder,

sagen wir es genauer, im Bereich des Internets der Dinge bzw. Internet of Things, sehr nutzbringend eingesetzt werden können. Während andere Unternehmen sich diese Technologie noch aufwendig aneignen müssen, können wir hier auf über 90 Jahre Erfahrung und Entwicklungsarbeit zurückblicken.

Noch einmal kurz zum Verständnis: Was ist Internet of Things? Jeder von uns hat Gegenstände – also Dinge in englisch Things – im Haus. Bislang waren diese Gegenstände – nehmen wir einen Fernseher oder die Heizung – unabhängige Einheiten ohne jegliche Verbindung zum Internet.

Heute können wir diese Gegenstände jedoch mit dem Internet verbinden und sie von außen über unsere Smartphones steuern. Das ist ein einfaches Beispiel, das sich aber leicht auf industrielle Umgebungen übertragen lässt, in der wir unsere Handlungsfelder sehen.

Unsere Frankiersysteme sind solche Geräte. Wir verwalten heute über 200.000 dezentrale Hardwaresysteme, die sicher über das Internet mit unserem zentralen Clouddienst verbunden sind.

Über diese Schnittstelle werden nicht nur Telemetriedaten, also z. B. Temperatur oder Tintenfüllstand, übertragen, sondern auch – und das ist das Besondere - große Geldbeträge. Allein in Deutschland übertragen wir im Jahr mehr als ein Milliarde Euro zwischen unserer Cloudinfrastruktur und den Frankierssystemen unserer Kunden. Und zwar hochsicher verschlüsselt. Die Frankiersysteme verfügen also über folgende Technologien, die im Bereich von IoT einen hohen Stellenwert haben:

- Kryptographie
- Identitätsmanagement
- Sensorik
- hochsichere Konnektivität mit Cloud Services

Diese Kompetenzen haben wir in den letzten Monaten in einem Prototyp gebündelt und verproben diesen aktuell mit potentiellen Partnern aus der Industrie, namhaften Beratungshäusern und Software- und Cloud Service-Anbietern mit einem klaren Fokus auf Industrienanwendungen.

Der Geschäftsführer eines der größten Beratungshäuser in der DACH Region hat es mit einem Zitat auf den Punkt gebracht. „FP ist in der Lage, hochsichere Datenströme nahe am Geld zu verwalten“. Und das ist genau unser Anspruch:

Wir machen IoT sicher!

Das ist eine unserer Kernkompetenzen und ein großes Problem, mit dem das Internet der Dinge kämpfen muss. FP hat die Lösung. So einfach ist das.

Wenn ich ihr Interesse geweckt habe, so können Sie sich gerne unseren Proof of Concept im Foyer erläutern lassen. Meine Mitarbeiter als auch ich stehen gerne für Fragen und Anregungen zur Verfügung. Damit gebe ich das Wort zurück an Herrn Günther und bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.

4. Kapitel „Was wir schon vollbracht haben!“

Meine Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre!

Das ist ein erster Anfang! Um hier weiter zu machen, haben wir als FP mit Berlin genau den richtigen Standort gewählt: Berlin, die Hauptstadt Europas für Start-ups. Erste Kontakte haben wir geknüpft und das wirkt ansteckend. Hier lässt sich zum Beispiel an Partnerschaften oder vielleicht später an Akquisitionen denken.

Aber auch Eigenentwicklungen – wie von Herrn Meise dargestellt – sind ein Teil unserer Zukunft, denn das Know-how haben wir.

Das Entscheidende: Wir entwickeln uns von innen nach außen. Das Alte ist das Neue heißt: Altes zu verändern, nicht zu vernichten.

Wir setzen Prozesse neu auf, wandeln Strukturen und entwickeln neue Produkte. Kein Stein bleibt auf dem anderen. Es geht um Schnelligkeit, Flexibilität und Effizienz. Es geht um Teamgeist, smarte Intelligenz und Erfindungsgeist! Das alles läuft erst an und trotzdem sehen wir schon die ersten Erfolge.

- Wir haben innerhalb weniger Wochen ein Konsortialdarlehen über 150 Mio. Euro mit einem erstklassigen Bankenkonsortium abgeschlossen, das uns auf Basis ausgezeichneter Konditionen genügend Spielraum für unsere Wachstumsstrategie gibt.

Das zeigt das Vertrauen, das unsere Finanzpartner in uns und unsere Strategie haben. Wir werden diese gute Ausgangsbasis

gemeinsam mit Ihnen nutzen, um unsere Geschäftsbeziehungen und FP weiter nach vorne zu entwickeln.

- Wie zur letzten Hauptversammlung versprochen, haben wir die Steuerquote von 51 auf rund 35 Prozent gesenkt.
- Wir haben angefangen, ein Währungsmanagement aufzubauen und sehen ersten Resultate.
- Wir haben unseren Cashflow deutlich verbessert.
- Und last but not least: Wir haben mit unseren Produkten und Lösungen Erfolg in unseren Zielmärkten und bauen unsere Serviceleistungen weiter aus und um.

Und das sind nur einige der erreichten Meilensteine für die FP.

Auch Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, fangen an, die FP aus einer anderen – neuen – Perspektive zu betrachten. Wie sollte ansonsten die Aktienkursentwicklung in den letzten Monaten zu erklären sein?

Vor allem die Verkündung der ACT-Strategie überzeugte Sie. Anfang Dezember notierte die FP-Aktie erstmals seit 2008 wieder über der 5-Euro-Marke und hat in der letzten Woche sogar die 6 Euro überschritten.

Seither zeigt unsere Aktie eine wesentlich bessere Performance als der SDAX. Damit stieg der Aktienkurs auf Jahressicht um mehr als 60 Prozent! Eine starke Entwicklung im Vergleich zum Gesamtmarkt.

Hier sehen Sie in ersten Ansätzen die Entwicklung eines nachhaltig wachsenden Unternehmenswerts, von der alle Stakeholder profitieren können. Trotzdem: Wir stehen vor einer Mammutaufgabe.

Damit möchte ich Ihre Aufmerksamkeit schließlich auf einen letzten wesentlichen Aspekt unserer Strategie lenken:

Ich werde bei Investorengesprächen sehr oft gefragt, was ich als das größte Risiko für die FP und die erfolgreiche Umsetzung der Strategie ansehe. Es ist nicht nur der Wettbewerb, es sind auch nicht nur die sich entwickelnde Technologie und die sich verändernden Märkte.

Diese Risiken sind offensichtlich und werden von uns selbstverständlich sehr ernst genommen. Ich sehe ein ganz anderes, zumeist unterschätztes Risiko, was aber zugleich eine sehr große Chance bietet.

Wir stehen vor folgender Situation: Die FP war – und das sage ich ganz bewusst – ein Maschinenbauer mit einer langen Tradition, der in einem relativ geschützten Markt agierte. Diese Welt hat sich verändert! Wenn Sie mich also nach dem größten Risiko oder anders ausgedrückt nach der größten Herausforderung fragen, dann ist es die interne Transformation, die wir erfolgreich meistern müssen. Wir müssen unsere Mannschaft wachküssen.

Heute sind andere Fähigkeiten gefragt als noch vor 10 Jahren: Agilität, Flexibilität, Schnelligkeit, Team- und Erfindungsgeist. Wir müssen aus den Schützengräben kommen! Damit haben wir schon begonnen. Erste Erfolge sehen wir. Dennoch, wir müssen gemeinsam in den Ring treten und jeden Einzelnen mit auf den Weg nehmen. Deswegen freue ich mich auch sehr, dass wir wieder zu einer guten Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmersvertretern gefunden haben und sage meinen ausdrücklichen Dank dafür.

Jetzt heißt es die Anstrengungen weiter zu intensivieren und nachhaltig zu sichern. Das schaffen wir nicht allein! Die Entwicklung und Förderung unserer Beschäftigten ist der Schlüssel für den Erfolg von ACT. Das ist mir eine Herzensangelegenheit. Zugleich müssen wir aufpassen, dass wir nicht mit zu vielen Projekten starten und schließlich k.o. in den Seilen hängen. Damit hätten wir zwar den Ring betreten, ihn aber nicht als Gewinner verlassen.

Damit komme ich zu unserem Dividendenvorschlag.

Trotz ACT haben wir uns zu einer klaren Dividendenpolitik bekannt und stehen zu einer Ausschüttungsquote von 35 bis 50 Prozent vom bereinigten Konzernjahresüberschuss. Aufsichtsrat und Vorstand schlagen deswegen für 2016 vor, eine Dividende von 16 Cent auszuzahlen. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von 45 Prozent!

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, was bedeutet das?

Sie sind an einem Unternehmen beteiligt, das folgende Eigenschaften in sich vereint.

Erstens: Wir wachsen!

Zweitens: Wir investieren in den langfristigen Erfolg des Unternehmens.

Drittens: Wir zahlen Dividende aus!

Bitte verstehen Sie deswegen den Dividendenvorschlag als Zeichen unserer Zuversicht. Wir sind optimistisch, dass wir gemeinsam von unseren Wachstumschancen in den kommenden Jahren profitieren können! Zugleich sollte es jedoch in unser aller Interesse liegen, das nachhaltige Wachstum unseres Unternehmens langfristig zu sichern und weiter voranzutreiben.

400 Mio. Euro Umsatz, bei einer EBITDA-Marge von 20 Prozent, und nach 2020 ein EPS von größer einem Euro ist ein ambitioniertes Ziel, zu dem wir stehen. Dafür müssen wir aber auch einiges unternehmen. Das Ziel wird nicht von alleine erreicht. Gegebenenfalls werden wir also auch vor der Entscheidung stehen, Gewinne in die Chance größerer Wachstumsschübe zu investieren.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, um erfolgreich zu sein, müssen wir uns auf eine starke Basis, ein gutes Team verlassen können.

Sie sind Teil des ACT-Teams.

Wenn wir also vom Erfolg des Unternehmens sprechen, dann sprechen wir auch von Ihnen. Wir benötigen Ihre Unterstützung und Ihr Vertrauen – auch und gerade wenn es vielleicht einmal weniger gut läuft. Deswegen unsere Bitte: Schenken Sie uns die nächsten Jahre Zeit, um die Geschichte der FP neu zu schreiben. Dafür setzen wir nicht nur unseren Verstand, sondern auch unser Herz ein und versprechen Ihnen, alles für den Erfolg Ihres Unternehmens zu tun. Nur gemeinsam – gemeinsam mit Ihnen werden wir unser Ziel erreichen. Lassen Sie sich mitreißen. Lassen Sie uns zusammen den Mythen die Stirn bieten und den Ring selbstbewusst betreten.

We start to ACT!